

# Communication en Question

www.comenquestion.com  
n° 12, Novembre / Décembre 2019

ISSN : 2306 - 5184

---

## **Usages et appropriation du téléphone mobile par les commerçantes d'Adjamé**

*Use and appropriation of the mobile phone by Adjamé's  
traders.*

---

221

**Zamblé Théodore GOIN BI**

Université Péléforo Gon Coulibaly (Cote d'Ivoire)  
[goinbited@gmail.com](mailto:goinbited@gmail.com)

**Dedou Gruzshca Ferrand N'GUESSAN**

Université Felix Houphouët-Boigny (Cote d'Ivoire)  
[nguessandedou@gmail.com](mailto:nguessandedou@gmail.com)

**Bah Aimé Yao DIBI**

Université Sophia Antipolis (France)  
[lahyaoc@gmail.com](mailto:lahyaoc@gmail.com)

## Résumé

La présente réflexion découle des observations dans des gares routières de la commune d'Adjamé. Elle pose la problématique des usages et de l'appropriation du téléphone mobile chez les commerçantes du secteur informel des gares routières d'Adjamé, désignées comme des "*handicapées*" technologiques dans la pratique du mobile. Le pays présente un fort taux de pénétration du téléphone mobile. Il est à la portée de tous et à des coûts moins onéreux depuis la submersion du marché de smartphones de marques diverses dont nombreux sont ceux qui marginalisent et de taille à "cannibaliser" l'ordinateur. Le mobile n'est plus donc un luxe comme par le passé. Elle prend appui sur la théorie des usages qui pose les relations entre les outils de communication et leurs usagers en tant que acteurs et non utilisateurs passifs dans un cadre social. Les usages sont ici considérés comme une construction sociale des facteurs déterminant les utilisations particulières de la technologie mobile développées par les usagers. La commune d'Adjamé a été un terrain de recherche idéal pour mener l'étude auprès de 52 dames, mobilisées à partir d'un échantillon non-probabiliste à travers une série d'entretiens semi-dirigés. Notre approche a été qualitative et l'analyse de contenu thématique des verbatim révèlent des commerçantes qui se sont appropriées de manière partielle le téléphone mobile selon leurs besoins et les finalités de l'outil et sans usages créatifs pouvant favoriser leur autonomisation. Si à l'origine, les TIC rimaient avec niveau d'instruction et classe sociale, elles se sont largement démocratisées actuellement. Cet artefact technologique sert bien d'élément de valorisation de soi, d'intégration sociale, un vecteur d'acquisition de savoir-faire. Il est à la fois un outil de travail, de distraction et de distinction mais aussi de querelles conjugales.

**Mots-clés :** usage, appropriation, téléphone mobile, femmes, autonomisation

## Abstract

This reflection follows from observations in bus stations in the town of Adjamé. It poses the problem of the uses and appropriation of the mobile phone among the traders in the informal sector of Adjamé bus stations, designated as technological "*handicapped*" in the practice of mobile. The country has a high mobile phone penetration rate. It is available to everyone and at lower costs since the market for smartphones of various brands has flooded the market, many of which marginalize and size up to "cannibalize" the computer. The mobile is no longer a luxury as in the past. It is based on the theory of uses which poses the relationships between communication tools and their users as passive actors and non users in a social framework. The uses are here considered as a social construction of

the factors determining the particular uses of the mobile technology developed by the users. The town of Adjamé was an ideal field of research to conduct the study with 52 women, mobilized from a non-probabilistic sample through a series of semi-structured interviews. Our approach was qualitative and the thematic content analysis of the verbatim revealed traders who partially appropriated the mobile phone according to their needs and the purposes of the tool and without creative uses that could promote their empowerment. If ICT originally rhymed with education and social class, it has become widely democratized today. This technological artefact serves well as an element of self-worth, of social integration, a vector for the acquisition of know-how. It is both a work tool, a distraction and a distinction, but also a marital quarrel.

**Keywords:** use, appropriation, mobile phone, women, empowerment

## Introduction

La présente réflexion découle des observations dans des gares routières de la commune d'Adjamé pendant nos déplacements pour l'intérieur du pays. Nous avons agréablement été surpris de voir des commerçantes ambulantes ou de détails en majorité sans instruction (ne savent ni lire ni écrire dans une langue quelconque), disposer de smartphone avec des applications qui requièrent un certain niveau d'instruction pour des femmes singulièrement désignées comme des "*handicapées*" technologiques. En outre ces téléphones disposent de mémoires internes (4Go, 8Go, 16Go, 32Go), d'un espace réservé pour une carte mémoire externe extensible selon la série de l'appareil avec de nombreuses applications (Skype, Facebook, WhatsApp, You Tube...). Ce sont des appareils<sup>1</sup> qui rivalisent de plus en plus avec des téléphones de marque (Samsung, Nokia, iPhone, Motorola, Wiko, etc). Ils offrent du contenu multimédia (vidéoconférence, messages vocaux, messages textuels...) qui attirent de plus en plus d'utilisateurs dont les commerçantes car facteur d'intégration à une communauté dite branchée à la mode de la technologie. Mais en dépit des particularismes technologiques et vu son coût quelquefois moins onéreux et le faible niveau d'instruction de ces dames, il est observé comme une obsession pour le smartphone qu'elles pratiquent "tant bien que mal" sur leur lieu de commerce ainsi qu'à la maison, qui semblerait caractériser une appropriation du mobile.

La présente étude s'inscrit dans la problématique des usages et de l'appropriation des outils technologiques. Elle interroge la manière dont les commerçantes des gares routières d'Adjamé, qu'on pourrait désigner comme des "*handicapées* technologiques" dans la pratique du mobile, utilisent et s'approprient le téléphone mobile au quotidien. La position défendue dans la

---

<sup>1</sup> Des appareils généralement importés de marque chinoise qu'on retrouve facilement sur le marché du mobile (Itel, Infinix, Hwuaé.....)

présente étude postule que les commerçantes de la commune d'Adjamé s'approprient de manière partielle, l'outil technologique et sans usages créatifs pouvant favoriser leur autonomisation dans leurs pratiques quotidiennes.

La Côte d'Ivoire n'échappe pas au bouleversement qui caractérise le monde des télécommunications. Le pays présente un fort taux de pénétration (139,08%) du téléphone mobile avec 35 millions d'abonnés pour une couverture de 98% (ARTCI<sup>2</sup>, 2019). Le téléphone mobile est à la portée de tous et à des coûts moins onéreux depuis la submersion du marché de smartphones de marques diverses dont nombreux sont ceux qui marginalisent et de taille à "cannibaliser" l'ordinateur (Raballand, 2012). Le téléphone mobile n'est plus donc un luxe comme par le passé.

Selon des études réalisées au Sénégal (Aker, 2009) et en Côte d'Ivoire (Seck, 2009) il est possible, avec un faible niveau de formation, pour des commerçants, des petits entrepreneurs jeunes de s'approprier les fonctions du téléphone mobile. Une autre étude (Melchioly et Saebo, 2008) menée en Tanzanie présente des résultats similaires. L'adoption et l'appropriation du téléphone mobile montre que certains usagers l'adoptent sans se l'approprier tandis que d'autres l'adoptent en se l'appropriant (Yebe, 2011) grâce aux facteurs socio-économiques (revenu, prix, âge, taille du ménage, réseau social, genre, niveau d'éducation) et environnementaux (infrastructures, zone de résidence, caractéristiques du pays...) (Zahonogo, 2011). Aussi le niveau d'éducation influe-t-il positivement sur la probabilité d'adoption du mobile. Les trois ordres d'enseignement ont un effet positif significatif sur la probabilité que l'individu adopte le téléphone mobile avec un effet marginal qui augmente quand on passe d'un niveau inférieur à un niveau supérieur. Quant au revenu, il constitue une barrière à l'adoption de la téléphonie mobile

---

<sup>2</sup> Autorité de Régulation des Télécommunications en Côte d'Ivoire (ARTCI), Rapport de l'ARTCI du 30 juin 2019, <http://www.artci.ci/index.php/Telephonie-mobile/abonnes-service-mobile.html>

; les individus adopteront plus cette technologie selon que les prix d'accès à la téléphonie mobile baissent (Zahonogo, 2011). Selon les études sur le genre et la technologie, les décisions d'adoption et d'usage des hommes sont influencées par leur perception de l'utilité de la technologie alors que celles des femmes sont plutôt basées sur leur perception de la facilité d'usage de la technologie (Venkatesh et Morris, 2000 cité Zahonogo, 2011, p. 125-126). Autrement dit, les hommes et les femmes apprécient différemment l'outil technologique. Les femmes en particulier utilisent la technologie mobile selon qu'elle est facile à manipuler.

Cette contribution sur le lien entre les technologies mobiles et la femme relève d'une pertinence sociale, économique et politique. Au-delà de l'outil de communication, le mobile est devenu un instrument d'apprentissage qui, à l'aide d'applications composées de plusieurs capsules vidéo, a pour but de permettre aux personnes analphabètes d'apprendre à lire et à écrire à leur rythme, où elles veulent et quand elles le souhaitent (Senges, 2013, p. 9, Fondation MTN-CI, 2016). Il participe à l'autonomisation économique et sociale des femmes à travers l'inclusion financière. De plus, le secteur de la téléphonie mobile rapporte énormément à l'économie des pays africains selon les institutions financières internationales (GSMA, 2017)<sup>3</sup>. Au plan politique, il sert de canal pour dénoncer les violences dont sont victimes les femmes et d'exprimer leur droit, aussi en tant que média intervient dans le jeu démocratique comme ce fut le cas pendant le printemps arabe. De même, de nombreuses études (économique, politique, éducative...) lui ont été consacrées suscitant davantage un regain d'intérêt pour les chercheurs.

Ce texte est traité selon quatre parties à savoir un cadre conceptuel et théorique, puis la méthode employée aux fins d'atteindre notre objectif. La

---

<sup>3</sup>[https://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/GSMA\\_West\\_Africa\\_ME\\_Report\\_French\\_ChangesACC.pdf](https://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/GSMA_West_Africa_ME_Report_French_ChangesACC.pdf)

présentation et l'analyse des résultats constituent le troisième point du développement. La discussion des résultats constituera la dernière partie du travail.

## **1.- Revue de littérature**

Le téléphone portable, omniprésent, démultiplie les services rendus aux africains. Il favorise, par exemple, une diversification d'usages où les jeunes et singulièrement les femmes sont considérées comme les usagers marginaux (Macueve et al, 2011). Ces femmes constituent la frange de la population africaine dont les rapports aux TIC ou au téléphone mobile illustrent fort bien les bénéfices en tirés que l'on aimerait relever quelques-unes.

Macueve et al (2011) apprécient l'appropriation du téléphone par les femmes mozambicaines sans soutien ni formation technique malgré les difficultés de langue, du coût du téléphone et celles liées à l'analphabétisme. Le téléphone se présente comme un outil d'affranchissement favorisant une mobilisation plus rapide aux fins d'exprimer librement leurs opinions. Au Nigéria, le mobile participe au rapprochement des uns des autres, concourt aux libertés de mouvement et à l'accroissement du sentiment de contrôle selon certaines régions en proie aux pesanteurs religieuses et idéologiques sur la femme (Kazanka et Dada, 2011).

Au niveau économique, le téléphone est générateur de ressources, en assurant une indépendance financière aux femmes et même dans la prise en charge de leurs familles. Au niveau sécuritaire, les portables servent de nouveaux moyens de transport en toute sécurité sans courir le risque de se le faire dérober. L'usage efficace du mobile par les femmes marocaines revêt un impact positif sur la lutte contre les violences conjugales en facilitant les communications et les prises de position (Buskens et Webb, 2011). Le

téléphone mobile est devenu l'instrument idéal de l'expression de soi et de l'action collective. Selon ces exemples, le téléphone assure aux femmes une réelle autonomie économique et sociale. Au-delà, son usage participe de l'affranchissement de l'usager et son appropriation justifie bien sa pénétration à une vitesse folle sur le continent.

La forte croissance et le taux de pénétration élevées de la technologie mobile a bouleversé la façon de communiquer dans les pays en voie de développement où cette technologie reste malheureusement inaccessible à la grande majorité de femmes pauvres. Les femmes apparaissent parmi les laissés pour compte justifiant en partie les disparités dans les usages du mobile dans le couple contrôlé et détenu par le chef de famille en vue de renforcer son autorité (Kazanka et Dada, 2011 ; Guillaud, 2009). Il y a bien une corrélation positive entre la propriété du téléphone et l'autonomie des femmes car celles qui l'utilisent ont une plus grande intolérance face à la violence familiale (Dayoung Lee 2009, citée par Broadbent, 2011).

Au Congo, le mobile est devenu un outil de production d'usages, de contenus, de représentations et de comportements sociaux et la possession de ce média par les femmes est du fait des hommes (Dibakana, 2002). Il est d'une nécessité pour les dames comme pour les hommes si bien que dans les représentations collectives congolaises sa possession constitue une pratique de distinction qu'il faut « absolument » en avoir pour « être à la mode ». Au Bénin, l'ensemble des femmes issues en grande majorité du secteur du commerce et des services, disposent de leur propre téléphone portable qu'elles utilisent quotidiennement dans leurs activités (Pilote, 2014). Celles-ci ont en majorité bénéficié du concours financier de la famille ou du conjoint pour l'acquisition du média de même qu'ils viennent en appui dans l'apprentissage du mobile (Abraham, 2011). Les principales pratiques du mobile chez les béninoises sont d'ordre économique, social et politique.



L'appropriation du téléphone au travers des usages des jeunes a mis en évidence un ensemble de disparités et d'inégalités traduisant "les différenciations dans les modalités d'appropriation des écrans digitaux" (Jouët et Pasquier, 1999). Les formes d'appropriation d'un dispositif technologique relèvent des modalités dont ses usages sont socialement structurés et configurés. Pour expliquer ces différenciations observées dans les formes d'appropriation du téléphone mobile, elles ont examiné leurs différents usages sociaux selon l'histoire socio-personnelle des utilisateurs. L'appropriation du mobile est étroitement liée à la connaissance que l'individu y développe car, « les techniques ne peuvent se développer et se diffuser qu'en s'intégrant aux pratiques et aux représentations des usagers » (Mallein et Toussaint, 1994, p. 317). Ils situent ainsi le phénomène représentationnel à la croisée de l'offre technologique et des significations d'usages. Les représentations vont conditionner et déterminer les significations sociales de ces technologies et leur intégration dans un contexte donné.

## **2.- Cadre théorique**

Ce travail prend appui sur la théorie des usages (sociologie des usages) et de l'appropriation qui posent les relations entre les outils de communication et leurs usagers en tant qu'acteurs et non utilisateurs passifs dans un cadre social (Proulx, 2005). L'usage renvoie le plus couramment à l'emploi ou à l'utilisation (Kane, 2013) d'un outil ou procédé par un groupe social qui en tire une satisfaction possible. Dans le contexte de l'emploi de la technique, il est bien saillant d'évoquer la pratique pour référer l'usage. Car, le premier non restrictif que le second renferme les comportements, les attitudes et les représentations des utilisateurs (Jouët, 1993 cité par Sfez, 1993). Autrement, il s'agit par cette théorie de comprendre les procédés par lesquels les usagers assurent leur autonomie à travers leurs pratiques des technologies (Breton et Proulx, 2002 ; Certeau, 1990). Elle suggère un mode d'action en soulignant l'ambiguïté de

l'usage assimilable à des actes stéréotypés générés par des groupes d'individus (Certeau, 1980). Dans la même perspective selon Proulx (2005), le concept d'usage renvoie aux utilisations singulières d'un objet dont le but est de mettre en exergue les acceptions culturelles complexes des conduites de la vie quotidienne. Il rajoute, l'intérêt de l'usage d'un objet technique dépend des aptitudes cognitives et du pouvoir économique, social et culturel des individus qui le pratique. La construction des usages met donc en relief des processus d'acquisition de savoirs et d'habiletés pratiques (Jouët, 1998). Les usagers s'étant familiarisés antérieurement avec des objets techniques du même type se voient avantagés pour apprivoiser les nouveaux dispositifs (Compiègne, 2011). Le niveau d'instruction et l'accès à ces outils de même qu'à des ressources pour apprendre à les maîtriser interviennent alors dans la dynamique des usages. Toutefois, l'usage ne renvoie pas à l'emploi de la technologie, mais à un processus devant tenir compte de divers contextes personnel, social et culturel des individus (Gaglio, 2011). Ainsi développent-ils, les consommateurs, des pratiques du mobile en interagissant en réseau au sein de leur environnement par le biais d'un processus dynamique d'interrelations entre acteurs et objets techniques (Certeau, 1990). Les usages sont ici considérés comme une construction sociale des facteurs déterminant les utilisations particulières de la technologie mobile développées par les usagers (Proulx, 2002).

Le concept d'usage fit son apparition en SIC dans les années 80 par l'entremise des cultural Studies et globalement cloisonné dans la construction de sens. Mais son origine remonte en 1960 au paradigme des effets médiatiques (usages et gratifications) (Certeau, 1990). Toutefois la quotidienneté en termes de pratiques et d'utilisation de l'outil technique par les individus fait émerger le concept d'appropriation en raison de l'intérêt et des divers services apportés par la technique dans l'environnement social.

L'appropriation est une connaissance pratique et technique favorisant une intégration significative et créatrice de celle-ci dans le quotidien de

l'individu et de la collectivité (Breton et Proulx 2002, Certeau, 1990 ; Flichy, 1995 ; Hoflich, et Rossler, 2002). Il faut entendre par cette notion, la compréhension du processus par lequel un individu ou la communauté adopte l'objet technologique selon ses besoins (Erwin et Taylor, 2005). L'appropriation sociale naît des technologies de l'information et de la communication définit selon Proulx (1988) comme une appropriation collective visant au renforcement des liens interpersonnels par l'acquisition de connaissances et de compétences, leur maîtrise et leur transformation en savoir-faire et savoir-être. L'appropriation s'apparente aux usages sociaux des technologies de communication, intégrées dans les pratiques quotidiennes des usagers. En ce qui concerne la présente étude, les dames du fait de leur pratique quotidienne du téléphone portable se familiarisent à l'outil technologique et partageront leurs expériences acquises entre groupe d'amies.

Au niveau de l'usage des portables, l'appropriation constitue le but ultime du processus et elle suppose la réunion nécessaire et suffisante de conditions. Il y a d'abord une maîtrise cognitive et technique minimale de l'objet ou du dispositif technique qui demande de l'acquisition nécessaire de compétences techniques du grand public. Ensuite, une intégration sociale significative de l'usage de cette technologie dans la vie quotidienne de l'agent humain et enfin que l'usage de l'objet technique fasse émerger de la nouveauté dans la vie de l'utilisateur (Proulx, 2005). Il ressort que l'arrivée du mobile a amplement facilité l'appropriation des TIC et offert de nouvelles opportunités d'action aux usagers pour développer des usages sociaux pionniers et des appropriations inédites, les TIC ne favorisent pas en elles-mêmes l'autonomisation (Pilote, 2014). C'est l'aptitude des usagers à intégrer ces outils dans leur quotidien et à en développer des usages innovants et pertinents à valeur ajoutée auxquels les industriels ne répondent pas et qui visent à améliorer leurs conditions de vie qui peut renforcer ou non l'autonomisation. Pour un changement durable et une véritable autonomisation, les femmes doivent donc être les agentes de leur propre évolution.

La sociologie des usages se veut un cadre d'analyse intéressant pour étudier les rapports entre technique et société en adoptant une posture épistémologique beaucoup plus nuancée que le déterminisme (Breton et Proulx, 2002). L'analyse de l'appropriation des TIC à savoir ce qu'en font réellement les africaines constitue donc une entrée méthodologique pertinente pour identifier les logiques d'appropriation à l'œuvre derrière les usages dont les TIC font l'objet au sein de cette région du continent. Les représentations font ainsi partie du cadre sociotechnique des usagers, ce qui montre que l'appropriation du mobile s'intègre fondamentalement dans l'ensemble des significations sociales, imaginaires et représentationnelles à l'œuvre dans le quotidien des utilisateurs.

### **3.- Cadre méthodologique**

232

Commune commerciale par excellence, Adjamé est située au centre du district d'Abidjan sur une superficie de 12,10 km<sup>2</sup>. Elle est limitée par les communes du Plateau, Attécoubé, Cocody et Abobo et abrite la majorité des gares de l'intérieur du pays et de la sous-région autour desquelles l'on retrouve ces commerçantes ambulantes proposant divers produits à la vente (eau minérale, biscuits, serviettes jetables, produits alimentaires...). C'est un terrain de recherche idéal pour mener une étude sur les usages et l'appropriation du téléphone mobile dans le processus d'autonomisation des femmes commerçantes parce qu'il reflète bien les réalités d'usage de l'outil technologique avec toute ses caractéristiques rivalisant d'avec l'ordinateur et des inégalités numériques liées au genre. Cet exercice de recherche a consisté en une série d'entretiens semi-dirigés auprès de 52 dames âgées de 18 à 42 ans, mobilisées au sein d'une multitude de dames. Elles ont une moyenne d'âge de 28 ans avec une moyenne générale de 12 ans d'expérience dans le métier de commerçante. De manière spécifique, nous avons 18 femmes célibataires, une divorcée et 34 autres vivent en concubinage. En termes de

niveau scolaire seulement 16 commerçantes ont mis les pieds dans une école dont une seule a atteint la classe de CM1<sup>4</sup>, 6 autres de niveau CP2<sup>5</sup> et 8 de niveau CP1<sup>6</sup>. Leurs 37 autres collègues n'ont jamais été dans un centre de formation d'éducation formelle. Nous avons fait le compromis de travailler à partir d'un échantillon non-probabiliste par convenance (Mace et Pétry, 2000 ; N'da, 2015) de femmes qui devaient avoir une certaine expérience du téléphone portable en général et spécifiquement du smartphone auxquelles nous nous intéressons tout particulièrement. La taille de l'échantillon a quant à elle été déterminée par saturation empirique (Gauthier, 2010).

Notre approche est qualitative devant permettre d'accéder à une meilleure compréhension et à « *une vision holistique des milieux étudiés de l'interne* » (Gauthier, 2010, p. 339) puis de tout temps largement privilégié par la sociologie des usages. Une guide d'entretien a servi à la collecte des informations auprès des commerçantes. Elle a été orientée sur l'usage des téléphones mobiles qu'elles disposent et sur leur appréciation globale de l'utilité de ces technologies au niveau de leurs activités commerciale, amicale, familiale et conjugale. Nous avons divisé le canevas d'entretien en quatre sections : les opinions et perceptions des commerçantes du téléphone mobile, les usages sociaux du mobile, les stratégies d'acquisition et d'utilisation puis les enjeux de la propriété d'un mobile. Nous avons insisté sur le caractère volontaire et anonyme de leur participation en plus de mettre l'accent sur la confidentialité des données recueillies.

Une retranscription du matériel d'enquête sous un format directement accessible à l'analyse de chaque entretien a été effectuée (Auerbach et Silverstein, 2003, cités par Andreani et Conchon, 2005). Des fiches-résumés en référence aux différentes sections du guide d'entretien ont par la suite été

---

<sup>4</sup> Cours Moyen première année (CM1),

<sup>5</sup> Cours Préparatoire deuxième année (CP2),

<sup>6</sup> Cours Préparatoire première année (CP1),

établies à partir desquelles nous avons procédé à l'analyse de contenu thématique des verbatim (Vanoutrive, Derobertmeasure et Friant, 2012 ; Mucchielli, 2006). Une catégorisation des propos recueillis a été élaborée pour les thèmes (usages et appropriation) et sous-thèmes (opinions, perceptions et usages sociaux, stratégies d'acquisition et enjeux...) abordés et a consisté à construire une grille d'analyse composée de critères et d'indicateurs que nous avons catégorisés. Ce choix des catégories est fait sur la base des informations recueillies. Ces catégories ont ensuite été codifiées, nous permettant ainsi d'alimenter un travail de synthèse de toute l'information amassée et de dégager les éléments significatifs soulevés par les vendeuses interviewées. La codification a permis la description, la classification et la transformation des données qualitatives brutes en fonction de la grille d'analyse.

#### 4.- Résultat et Analyse

234

Dans l'ensemble, il revient selon les commerçantes que le téléphone mobile est de prime abord un canal de communication dont la fonction principale est de favoriser l'interaction, le rapprochement entre individus usité pour passer et recevoir des appels. Outre l'outil de télécommunication, elles l'apprécient comme un multimédia puisqu'il dispose des applications lui permettant d'acquérir des fonctions jusqu'alors réservées aux ordinateurs en utilisant ou pilotant différents médias : musique, son, image, vidéo, internet et jeux. A ce propos deux entre elles affirment :

« Téléphone, on fait appel dedans. » (Fatou, 36 ans, Mariée, illettrée, 15 ans de commerce)

« Moi le téléphone je sais que c'est pour causer avec les gens. C'est pour avoir informations aussi avec radio al bayane<sup>7</sup> pour la prière et puis affaire de Allah. Et puis photos, vidéos, sons. Il y a messages aussi mais je donne au chef de gare pour lire. » (Alimatou, 29 ans, Mariée, CP2, 12 ans d'activité)

---

<sup>7</sup> Chaîne de radio privée confessionnelle musulmane en Côte d'Ivoire

Elles ont manifestement toutes les mêmes usages du mobile quel qu'en soit le niveau d'instruction. Le téléphone est couramment utilisé soit pour des appels et la messagerie (SMS, MMS) ou soit pour le divertissement (jeux, réseaux sociaux, téléchargement de musique et visionnage des vidéos...). Ces types d'usages emmènent les commerçantes à avoir une pratique quotidienne du mobile.

« téléphone c'est pas pour appeler ! Il y a d'autres qui prennent pour jouer jeux, écoute musique et regarder vidéos. Moi mon téléphone je prends pour dire allô ! Ça permet de communiquer. Je ne joue pas jeux dedans. » (Sali, 27 ans, Célibataire, illettrée, 8 ans de commerce)

« avec mon téléphone, je fais des appels. Souvent je vais sur Whatsapp maintenant. Je fais beaucoup de choses avec. J'ai la radio dans le téléphone, de la musique et des vidéos. » (Claudine, 42 ans, Divorcée, 22 ans d'activité commerciale) :

Cette pratique reste circonstancielle et majoritairement tributaire de l'affluence des clients au niveau des gares routières et de l'environnement sécuritaire<sup>8</sup>. Nombreuses d'entre elles se connectent, par ailleurs, par moments quel qu'en soit le niveau d'instruction, à Facebook, Messenger et WhatsApp via leur mobile. Le peu de dames qui n'y arrivent pas rétorquent soit l'inadaptabilité de leur mobile ou soit le manque de savoir-faire. Chacun des comptes est ouvert grâce à l'appui d'un proche où l'effet de mode, le besoin de communiquer et de retrouver des connaissances en constituent les motivations.

« Oui j'ai Moov money. C'est un jeune qui l'a fait pour moi. J'ai mis l'argent là-bas. Mon bénéfice de chaque jour je divise en trois et je mets une partie dans Moov money tous les jours ; c'est pour mes enfants. Le retrait est facile et ne demande de remplir aucun papier. Aussi avec ça, il n'y a pas de

---

<sup>8</sup> Ces gares sont réputées des lieux de haut vol avec les pique-pocket

risque de vol de mon argent même si téléphone là on a volé ou bien c'est tombé, tu peux pas voler mon argent » (Bintou, 22 ans, Célibataire, illettrée, 3 ans de métier).

« Oui j'ai orange money c'est à l'agence on a fait ça. Moi je mets l'argent c'est pour prendre pour payer les marchandises et puis on me fait beaucoup dépôts. » (Nadia, 21ans, Célibataire, CP2, 9 ans de commerce)

Le don par une tierce personne (ami, conjoint, un membre de la famille) et l'achat personnel constituent les modes d'acquisition du mobile les plus répandus chez les commerçantes. Les téléphones de marque chinoise sont les plus répandus dans les centres commerciaux de téléphone mobile dans la commune d'Adjamé. Les Smartphones de marque Itel, Tecno, Huawei ou Infinix...sont prisés par les femmes commerçantes eu égard à leur coût moins onéreux et leur accessibilité sur les marchés. . Certaines d'entre elles ont souvent des téléphones de plus grande qualité telles que Samsung, Alcatel, Nokia, Wiko. Ainsi, Angèle et Bintou précisent :

« C'est ITEL, elles avaient de jolis téléphones. C'est pour ça je suis allé acheter aussi pour moi le même téléphone Itel. Mais c'est moi-même j'ai choisi ITEL. Et puis aussi c'est parce que j'aime ITEL. » (Angèle, 29 ans, Mariée, illettrée, 11 ans de commerce)

« Pour mes camarades c'est Samsung, Itel, Infinix. C'est infinix qui est beaucoup répandu mais ma grande sœur a Samsung. Elle prend pour appeler, c'est pour appeler seulement ses clients c'est tout ». (Bintou, 22 ans, Célibataire, illettrée, 3 ans de métier)

Les enquêtées ont individuellement eu recours à un individu pour la manipulation du téléphone après son acquisition en raison de leur faible niveau d'instruction. Celles disposant d'un smartphone font preuve d'autonomie dans leurs rapports au mobile. Il s'y prête bien car attrayant à manipuler. Aussi en dépit de leur niveau d'instruction relativement faible parviennent-elles les



commerçantes d'Adjamé (nombreuses d'entre elles) à l'acquisition de connaissances pratique du mobile, des savoir-faire et savoir-être : compter, enregistrer des numéros ou les supprimer, effacer des messages, se connecter sur les réseaux sociaux, partager ou échanger des vidéos, musiques et photos... Ces connaissances sont le résultat d'un apprentissage au quotidien, de pratiques routinières sur le Smartphone. Cette facilité d'usage a plus tard favorisé le développement d'aptitudes à manier le mobile sans aucun soutien. Ce « savoir-faire » du mobile semble donc tributaire du type de mobile dont elles disposent et d'une expérience régulière du mobile. Le type de téléphone qu'elles possèdent, participe et incite les femmes à s'investir davantage dans l'apprentissage donnant nécessairement une maîtrise partielle du mobile. L'utilisation régulière et quotidienne devient routinière pour elles. C'est-à-dire voir et répéter les mêmes gestes finit par conférer un savoir-faire capable de surmonter leurs propres insuffisances ou leur illettrisme. Par contre, les téléphones cellulaires deviennent complexes à utiliser sinon pour émettre ou réceptionner des appels. Toutefois, l'acquisition de ces Smartphones au détriment des téléphones cellulaires présente de nombreux enjeux : l'effet de mode, les usages. En effet, le fait de paraître, faire comme les autres est un plaisir partagé par toutes les commerçantes qui disposent d'un Smartphone. Ensuite, l'usage du Smartphone ne se limite plus à recevoir ou faire un appel. Cela consiste à exploiter tout le potentiel de l'outil technologique, jeux, vidéos, photos, réseaux sociaux.

Le téléphone mobile est un outil technologique utile aux femmes dans le cadre de leur vie sociale comme professionnelle. Disposer d'un mobile pour ces dames est une autosatisfaction car utile en tant que canal d'émission et de réception d'informations également en tant qu'élément d'intégration et d'affirmation de soi qui favorise une valorisation sociale. Le Smartphone ou non est utile aux commerçantes pour entrer en interaction avec leurs clients, faciliter leurs transactions. Il est encore très utile parce qu'il favorise l'intégration financière des dames exclus des banques classiques grâce à

l'ouverture d'un compte mobile money. Son utilité est d'autant plus importante pour ces dames qu'il facilite l'intégration comme membre d'une communauté d'hommes et de femmes branchés, à la mode. L'effet de paraître, la recherche d'une reconnaissance ou une valorisation sociale en sont leurs motivations.

Par ailleurs, le mobile est souvent source de tensions au sein des couples. Il est perçu comme outil personnel qui nécessiterait une autorisation préalable de son propriétaire avant toutes manipulations éventuelles par le conjoint. Certaines d'entre elles soutiennent :

« Moi garçon ne fouille pas dans mon téléphone. Si c'est toi qui a payé pour me donner là tu peux fouiller dedans. Et puis tu vas fouiller pour faire quoi ? » (Elisa, 35 ans Mariée, 3, illettrée, 17 ans dans l'activité)

« ... Beaucoup même ! Il fouille beaucoup dedans. Quelquefois même quand on appelle que je ne suis pas là il décroche. Tous les jours il regarde dans mon téléphone. Même si je communique souvent même ça va chez lui avant de venir chez moi. Je ne sais pas comment il a fait ça mais j'ai cherché jusqu'à je suis parti trouver. Ah bon ! Quand je dis allo tout va chez lui. » (Kadidjatou, 31 ans, Mariée, illettrée, 8 ans dans l'activité)

En conséquence, les commerçantes n'admettent pas que leurs hommes surveillent leurs communications et affirment que leurs conjoints deviennent suspicieux lorsqu'elles utilisent le mobile.

## **5.- Discussion**

L'analyse des informations fournies par les commerçantes d'Adjamé renseignent qu'elles pratiquent diversement et régulièrement le mobile (Kane, 2013) où elles en tirent satisfactions. Ces pratiques sont fonction des finalités

principales du téléphone en tant que multimédia et outil de télécommunication. Les résultats obtenus sont en accord avec ceux observés chez certains auteurs mobilisés dans l'étude (Kazanka et Dada, 2011 ; Dibakana, 2002 ; Macueve et al, 2011 ; Mallein et Toussaint, 1994 ; Payton et Coll, 2015 ; Pilote, 2014). En ce sens que, leurs pratiques sont associées à des comportements liés au mobile, des attitudes et représentations vis-à-vis d'autres commerçantes<sup>9</sup> (Jouët, 1993 cité par Sfez, 1993). L'usage des smartphones est justifié par les ressources économiques, l'environnement social ou sécuritaire et culturel (devant garantir le recours à un individu en cas de complication) et des dispositions intellectuelles des usagers (Proulx, 2005). Ainsi, la construction de leur pratique (Jouët, 1998) va permettre aux usagers de se familiariser à l'objet technique en leur accordant un avantage afin d'éventuellement s'approprier le dispositif (Compiègne, 2011) en dépit de leur faible niveau d'instruction.

Cette dynamique d'usage va également favoriser une dynamique d'interrelations entre les commerçantes à travers un partage quotidien d'expériences (Certeau, 1990) devant aboutir à une connaissance pratique voir technique du téléphone mobile. Une connaissance qui va, en outre, favoriser une intégration significative et créatrice du téléphone dans le quotidien de ces commerçantes (Breton et Proulx 2002, Certeau, 1990 ; Flichy, 1995 ; Hoflich, et Rossler, 2002). Les commerçantes d'Adjamé de par la quotidienneté du rapport au téléphone se sont collectivement appropriées l'outil mobile et selon leurs besoins (Erwin et Taylor, 2005). Une manipulation favorable à l'acquisition de connaissances et de compétences suivie de leur transformation en savoir-faire et savoir-être devant garantir l'appropriation partielle du mobile. Cette appropriation partielle du téléphone par les commerçantes reste liée à leurs besoins et finalités du mobile conférant une autonomie de la technologie mobile eu égard à leur faible niveau d'instruction.

---

<sup>9</sup> Surtout celles qui n'utilisent pas de smartphone

## Conclusion

Cette contribution montre comment des femmes commerçantes peu ou pas instruites utilisent le téléphone portable dans leur vie quotidienne. La mobilisation de la théorie des usages a servi à la compréhension des procédés par lesquels les commerçantes des gares routières d'Adjamé assurent leur autonomie à travers leurs pratiques des technologies en rapport à leurs aptitudes cognitives et à leur pouvoir économique, social et culturel. Si à l'origine, les TIC rimaient avec niveau d'instruction et classe sociale, elles se sont largement démocratisées actuellement surtout grâce au perfectionnement du téléphone mobile. Le mobile est devenu un outil de production d'usages, de contenus, de représentations et de comportements sociaux donc favorise une diversification d'usages. Le téléphone mobile est un outil technologique utile aux femmes dans le cadre de leur vie sociale comme professionnelle.

Cet artefact technologique sert bien d'élément de valorisation de soi, d'intégration sociale, un vecteur d'acquisition de savoir-faire dont l'appropriation partielle et sans usages créatifs de la part des commerçantes en fonction de leurs besoins et des finalités du mobile ne leur confère d'autonomie. Il est à la fois un outil de travail, de distraction et de distinction mais aussi de querelles conjugales. Car, le mobile est souvent source de tensions au sein des couples car il est souvent l'objet de suspicion de la part de leurs partenaires. Bien vrai que cette recherche ne peut se généraliser, elle montre comment le téléphone mobile peut être un instrument cognitif et conatif. Ainsi, il peut être utilisé pour renforcer l'empowerment des femmes des milieux défavorisés. Ce travail sur le lien entre les technologies mobiles et la femme relève d'une pertinence sociale, économique et politique. Au-delà de l'outil de communication, le mobile est devenu un instrument d'apprentissage, de mobilisation communautaire et politique et d'inclusion financière. De plus, avec son perfectionnement de plus en plus impressionnant, il suscite davantage

l'intérêt de la communauté scientifique dans les domaines éducatif, politique, économique, culturel, sanitaire...

## **Bibliographie**

Abraham, K. B., (2011). Carnet d'adresses : les réseaux d'utilisateurs de téléphones portables sont-ils un moyen efficace pour défendre les droits des femmes en Zambie. Dans I. Buskens et A. Webb (dir). *Les africaines et les TIC : enquêtes sur les technologies, la question du genre et autonomisation*, (p.104-115). Paris : France, L'Harmattan.

Aker, J. C., (2009, novembre). Les impacts de la téléphonie mobile sur le fonctionnement des marchés en Afrique subsaharienne. *La téléphonie mobile dans les pays en développement : quels impacts économiques et sociaux ?*, *La revue de proparco*, (4), 10-12

Andreani, J-C. et Conchon, F., (2005). Fiabilité et validité des enquêtes qualitatives : un état de l'art en marketing. *Revue française du marketing*, 201, 1/5, 5-21.

Breton, P. et Proulx, S. (2002). *L'Explosion de la Communication à l'aube du XXIe siècle*. Paris, France : La Découverte. Montréal : Boréal,

241

Brotcorne, P., Damhuis, L., Laurent, V., Valenduc, G., et Vendramin, P. (2010). *Diversité et vulnérabilité dans les usages des TIC : la fracture numérique au second degré*. Gent, Belgique : Academia Press.

Buskens, I. et Webb, A. (2011), *Les africaines et les TIC : enquêtes sur les technologies, la question du genre et autonomisation*, Paris : France, L'Harmattan/Laval : Québec, Presses Universitaires de Laval.

Certeau, M. De (1990). *L'invention du quotidien, I Arts de faire*, Paris, France : Édition de Luce Giard.

Compiègne, I. (2011). *La société numérique en question(s)*. Paris, France : Sciences Humaines Éditions.

Dibakana, J-A. (2002). Usages sociaux du téléphone portable et nouvelles sociabilités au Congo, *Politique Africaine*, 1(85), 133-150. DOI 10.3917/polaf.085.0133

Fondation MTN-CI, (2016). Autonomiser la femme par l'alphabétisation avec une application mobile, <http://www.ticeduforum.ci/autonomiser-la-femme-par-lalphanbetisation-avec-une-application-mobile/>, consulté le 08 mai 2017

Gaglio, G. (2011) *Sociologie de l'innovation*, Paris : France. Presse Universitaires de France,

Gauthier, B. et Bourgeois, I., (2010). *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. Québec, (dir.). Presses de l'Université du Québec

GSMA, (2017). L'écosystème mobile rapportera d'ici 2022 plus de 50 milliards de dollars à l'économie de l'Afrique de l'Ouest, selon une nouvelle étude menée par la GSMA, [www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/GSMA West Africa ME Report French ChangesACC.pdf](http://www.gsma.com/newsroom/wp-content/uploads/GSMA_West_Africa_ME_Report_French_ChangesACC.pdf), Consulté le 11/03/18

Guillaud, H. (2009). En Afrique, le développement du téléphone mobile ne fait pas de miracles, [http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/11/13/en-afrique-le-developpement-du-telephone-mobile-ne-fait-pas-de-miracles\\_1266915\\_651865.html](http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/11/13/en-afrique-le-developpement-du-telephone-mobile-ne-fait-pas-de-miracles_1266915_651865.html), un article paru dans le quotidien le monde le 13.11.2009 à 17h35, Consulté le 11/03/18

Hoflich, J. , Rossler, P. (2002). More than just a telephone: The mobile phone and the use of the short message service by German adolescents, *Revista de Estudios do Juventud*, 57, 79-101

Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages, *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 18(100), 487-521

Jouët, J. et Pasquier, D. (1999). Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans. *Réseaux*, 17(92-93), 25-102.

Kane, O. (2013) Les usages des TIC entre analyse sociotechnique et théories de l'appropriation : état de la littérature, [https://www.academia.edu/7277534/Les\\_usages\\_des\\_TIC\\_entre\\_analyse\\_sociotechnique\\_et\\_th%C3%A9ories\\_de\\_l\\_appropriation\\_%C3%A9tat\\_de\\_la\\_litt%C3%A9rature](https://www.academia.edu/7277534/Les_usages_des_TIC_entre_analyse_sociotechnique_et_th%C3%A9ories_de_l_appropriation_%C3%A9tat_de_la_litt%C3%A9rature)

Kazanka, C. et Dada, J. (2011). L'utilisation des téléphones portables par les femmes des régions rurale pour communiquer : étude de cas dans le nord du Nigeria. Dans I. Buskens et A. Webb (dir), *Les africaines et les TIC : enquêtes sur les technologies, la question du genre et autonomisation* (53-66). Paris : France, L'Harmattan/Laval : Québec, Presses Universitaires de Laval,

Mace, G. et Pétry, F. (2000) *Guide d'élaboration d'un projet de recherche (2e éd.)*. Québec, Les Presses de l'Université Laval.

Macueve, G., Mandlate, J., Ginger, L., Gaster, P., Macome, E. (2011). L'utilisation des technologies de l'information et de la communication par les Mozambicaines: un outil d'autonomisation, Nigeria. Dans I. Buskens et A. Webb (dir), *Les africaines et les TIC : enquêtes sur les technologies, la question du genre et l'autonomisation* (25-38), Paris : France, L'Harmattan/Laval : Québec, Presses Universitaires de Laval,

Mallein P. et Toussaint, Y. (1994) L'intégration sociale des technologies d'information et de communication. Une sociologie des usages. *Technologies de l'information et société*, (4), 315-335

Melchioly, S. et Saebo, Ø. (2008) ICT and Development-Research Voices from Africa. International Federation for Information Processing (IFIP), Technical Commission 9–*Relationship Between Computers and Society*, Workshop at Makerere University, Uganda. 22-23 March 2010, <https://www.researchgate.net/publication/242586249> *ICTs and Development Nature of Mobile Phones usage for SMEs Economic Development - An Exploratory Study in Morogoro Tanzania/download*

Mucchielli, R. (2006). *L'analyse de contenu des documents et des communications*, Paris, France : esf Editeurs,

N'da, P. (2015) *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*, Paris, France : l'Harmattan,

Pilote, A-M. (2014). *L'appropriation des technologies de l'information et de la communication dans le processus d'autonomisation des jeunes femmes d'Afrique de l'Ouest* (Mémoire de maîtrise en communication publique). Université Laval, Québec.

Proulx, S. (2002). Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir, *Annales des télécommunications*, 3-4, 180-189

Proulx, S. (2005). Penser la conception et l'usage des objets communicationnels. Dans J. Saint-Charles et P. Mongeau, (dir.) *Communication : Horizon de recherches et de pratiques* (p.297-318), Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec,

Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances (p.7-20). Dans Lise Vieira et Nathalie Pinède (éds). *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, t. 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux,

Proulx, S. (2015). La sociologie des usages, et après ?, *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 6 | 2015, Online since 23 January

2015, connection on 13 September 2018. Repéré  
<http://journals.openedition.org/rfsic/1230> ; DOI : 10.4000/rfsic.1230

Raballand, G. (2012). Le téléphone mobile a-t-il créé une révolution en Afrique ?, *Études*, 14(4166), 739-748.

Vanoutrive J., Derobertmeasure A. et Friant N., (2012). Analyse thématique et analyse propositionnelle : application à un corpus de témoignages concernant l'injustice scolaire. *Mesure et Evaluation en Education, Association des spécialistes de la mesure et de l'évaluation en éducation*, 35(2), 97-123.

Yebe, Z. G. (2011). Profils des utilisateurs, adoption et appropriation de la téléphonie mobile au Gabon : Une étude économétrique sur données de Libreville et de Port-Gentil, *Marché et organisations*, 2 (14), 167-193.

Zahonogo, P. (2011) Les déterminants de l'adoption de la téléphonie mobile au Burkina Faso, *Mondes en développement*, 1(153), 121-132.